INDUSTRY

PROFILE

Brewing

Canada

90-00902/

Regional Offices

Newfoundland

Parsons Building
90 O'Leary Avenue
P.O. Box 8950
ST. JOHN'S, Newfoundland
A1B 3R9
Tel: (709) 772-4053

Prince Edward Island

Confederation Court Mall
Suite 400
134 Kent Street
P.O. Box 1115
CHARLOTTETOWN
Prince Edward Island
C1A 7M8
Tel: (902) 566-7400

Nova Scotia

1496 Lower Water Street
P.O. Box 940, Station M
HALIFAX, Nova Scotia
B3J 2V9
Tel: (902) 426-2018

New Brunswick

770 Main Street
P.O. Box 1210
MONCTON
New Brunswick
E1C 8P9
Tel: (506) 857-6400

Quebec

Tour de la Bourse
P.O. Box 247
800, place Victoria
Suite 3800
MONTRÉAL, Quebec
H4Z 1E8
Tel: (514) 283-8185

Ontario

Dominion Public Building
4th Floor
1 Front Street West
TORONTO, Ontario
M5J 1A4
Tel: (416) 973-5000

Manitoba

330 Portage Avenue
Room 608
P.O. Box 981
WINNIPEG, Manitoba
R3C 2V2
Tel: (204) 983-4090

Saskatchewan

105 - 21st Street East
6th Floor
SASKATOON, Saskatchewan
S7K 0B3
Tel: (306) 975-4400

Alberta

Cornerpoint Building
Suite 505
10179 - 105th Street
EDMONTON, Alberta
T5J 3S3
Tel: (403) 420-2944

British Columbia

Scotia Tower
9th Floor, Suite 900
P.O. Box 11610
650 West Georgia St.
VANCOUVER, British Columbia
V6B 5H8
Tel: (604) 666-0434

Yukon

108 Lambert Street
Suite 301
WHITEHORSE, Yukon
Y1A 1Z2
Tel: (403) 668-4655

Northwest Territories

Precambrian Building
P.O. Box 6100
YELLOWKNIFE
Northwest Territories
X1A 1C0
Tel: (403) 920-8568

For additional copies of this profile contact:

Business Centre
Communications Branch
Industry, Science and Technology Canada
235 Queen Street
Ottawa, Ontario
K1A 0H5

Tel: (613) 995-5771

PU 3033

INDUSTRY PROFILE

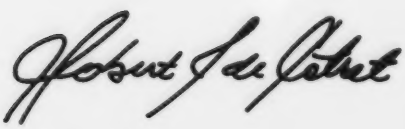
BREWING

1988

FOREWORD

In a rapidly changing global trade environment, the international competitiveness of Canadian industry is the key to survival and growth. This Industry Profile is one of a series of papers which assess, in a summary form, the current competitiveness of Canada's industrial sectors, taking into account technological and other key factors, and changes anticipated under the Canada-U.S. Free Trade Agreement. Industry participants were consulted in the preparation of the papers.

The series is being published as steps are being taken to create the new Department of Industry, Science and Technology from the consolidation of the Department of Regional Industrial Expansion and the Ministry of State for Science and Technology. It is my intention that the series will be updated on a regular basis and continue to be a product of the new department. I sincerely hope that these profiles will be informative to those interested in Canadian industrial development and serve as a basis for discussion of industrial trends, prospects and strategic directions.



Minister

Canada

1. Structure and Performance

Structure

The brewing industry is composed of establishments primarily engaged in the steeping, boiling and fermenting of malt and hops to manufacture malt beverages. The industry produces a variety of beer, lager, ale, porter and stout, in bottles, cans and draught for the consumer market and the hospitality industry. Beers are categorized as premium (often imported), regular and discount (or low-priced) brands, each with a different price range. Brand loyalty and product image are key determinants of market success.

The main inputs to the brewing industry are barley malt and packaging materials. Barley malt accounts for more than 20 percent of the cost of production. The price of domestic malting barley is set by the Canadian Wheat Board (CWB) as part of the controls related to the marketing of domestic wheat, oats and barley. Packaging materials account for more than 45 percent of the cost of production. The bottles produced for the beer industry account for 15 to 20 percent of the volume of glass manufactured in Canada.

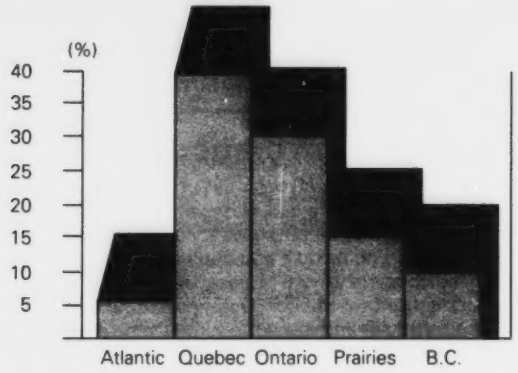
In 1986, the brewing industry shipped almost 23 million hectolitres of product valued at $2.19 billion. Direct employment in the industry is approximately 14 000 in all regions of Canada. An additional 6250 are employed by distribution companies and retail agencies in jobs that are directly related to the sale of beer but which are not included in this profile.

The Canadian industry is heavily influenced by federal and provincial government regulations and practices. For example, provincial government policies require brewers to maintain production facilities in the province if their products are to be marketed on a price-competitive basis in that province. As a result, the Canadian market is divided into separate provincial markets served by brewing operations in each province. Thus, there are 53 establishments across Canada, of which approximately 40 are operated by the major companies. In addition, regulations have influenced pricing through price mark-ups, the setting of minimum prices in some jurisdictions and the requirement for uniform pricing throughout a province. Regulations govern the packaging allowed and generally favour returnable-refillable bottles. Advertising and promotion are also closely controlled. These regulations vary by province.

World trade in brewery products is not substantial because brewery products are large-volume, low-value products with a relatively short shelf life. The products traded are generally brands which serve a small market segment and command premium prices. In the North American trade in brewery products, the proximity of markets makes transportation costs less important considerations than production, marketing costs and market access.

The industry has developed export markets for approximately nine percent of its output or $189 million in 1986, most of which is sold in the premium market in the United States. In contrast, direct imports of U.S. beer to Canada account for only one percent of the domestic market, although U.S. brands produced in Canada under licence account for an estimated 14 percent of the domestic market.

Industry, Science and Technology Canada
Industrie, Sciences et Technologie Canada



Employment by region. Average for the last 3 years (total 13 652)*

** Estimate for 1986.*

The Canadian brewing industry is dominated by Labatt Brewing Company Limited, Molson Breweries of Canada Limited and Carling O'Keefe Breweries of Canada Limited which, together, hold a 97-percent share of the domestic market. Both Labatt and Molson are Canadian-owned, while Carling O'Keefe was recently purchased by the world's sixth-largest brewing company, Elders IXL Limited of Australia. The remainder of the market is held by smaller regional brewers such as Moosehead Breweries Limited, which is Canadian-owned, and Amstel Breweries Canada Ltd, which is wholly owned by Heineken of the Netherlands. Micro-breweries which serve a local area play a small role in the Canadian market. Two of the major breweries jointly own one domestic malt company. There are no corporate links between the brewing industry and packaging suppliers.

Performance

Since the mid-1970s, the domestic market has been essentially flat. This decline has been attributed to a number of factors, including changing demographics, changing attitudes toward the consumption of alcohol, greater competition from other beverages (alcoholic and non-alcoholic) and higher levels of excise and sales tax.

Federal and provincial taxes account for 47 to 62 percent of the retail price of a brewery product. The industry has taken the position that the level of taxation and the frequency of increases have reached a point where consumer price resistance may reduce opportunities for growth even more than they have to date.

Imports to Canada have accounted for only one percent of the domestic market, with the exception of those years in which major brewery strikes have occurred. Foreign brands have, instead, been made available to Canadian consumers through licensing agreements with foreign brewers. The major U.S. brewers have licensing arrangements with Canadian brewers to produce and market U.S. brands domestically. These agreements enable U.S. brands to be available in Canada and to take advantage of "spillover" advertising from U.S. sources. Under these arrangements, Canadian breweries have been able to maintain domestic production volumes. U.S.-licensed brands have now captured an estimated 14 percent of the domestic market. Some European brands are brewed in Canada under similar arrangements.

Worldwide, breweries have excess capacity, in part because their capacity is based on meeting peak seasonal demand. Capacity utilization in the Canadian brewing industry is about 85 percent, as compared to the U.S. brewing industry which is operating at 75-percent overall capacity. The growth in the number of establishments in Canada is primarily due to the increase in the number of micro-breweries which have captured a small market-niche for specialty beers and premium products.

Because consumption has been stable, competition for market share has become more intense. Consequently, advertising and promotion are placing greater demands on the operating budgets of companies than in the past. Companies are pursuing marketing strategies which differentiate their product from other brands. This differentiation has led to a shift in packaging, from the brown stubby bottle which had been an industry standard, to a variety of packaging shapes and sizes and twist-off tops. Package variety, however, comes at the expense of transportation and storage efficiencies, which had been possible with the standardized bottle.

While foreign brands are produced in Canada under licence, Canadian brands are now also being produced under licence in more distant markets, such as Europe. This arrangement has enabled Canadian brewing companies to increase their international presence while maintaining corporate revenues through licensing rights.

2. Strengths and Weaknesses

Structural Factors

In the brewing industry, important factors influencing international competitiveness in an open market are economies of scale, the price and quality of the ingredients, transportation costs and image. However, pressures to achieve and maintain international competitiveness are often muted in a highly regulated environment. In the current Canadian context, provincial policies generally limit competition to non-price factors. In jurisdictions such as British Columbia and Alberta, where pricing policies have been liberalized, particularly with respect to minimum prices, the underlying disadvantages faced by the Canadian industry vis-à-vis low-priced imports have become more evident.

The economies of scale available to the industry are not being achieved since provincial policies requiring brewers to operate a brewing facility in each province prevent the establishment of national-scale plants. The current minimum plant scale necessary for cost-minimization in beer production is about four to five million hectolitres per year. Canadian plants produce from 250 000 hectolitres to 2.8 million hectolitres annually — well below the cost-minimization point. The Canadian brewing industry uses modern production techniques and there are no technological disadvantages facing the industry if opportunities to scale up facilities arise.

In the United States, it has been predicted that, in order to support the costs of promotion, the minimum viable corporate size for brewing companies wishing to market nation-wide will soon be 26 million hectolitres of output per year. This volume compares with a total Canadian output of about 23 million hectolitres per year, most of which originates from the three major companies. Canadian brewers could thus find it difficult to compete in some segments of a continentally integrated market.

In addition to the scale factors, domestic brewers face higher input costs than their U.S. counterparts. The domestic grain-pricing policy, supported by import controls, results in a barley malt price for Canadian brewers which is much higher than that for U.S. brewers. For example, in 1986, the average barley malt price paid by Canadian brewers was more than 60 percent higher. In Canada, the availability of lower-priced, lower-quality malt is limited compared to that in the United States. As a result, Canadian brewers have less flexibility to lower costs of production through the use of lower-priced ingredients.

Provincial government policies favour the use of returnable-refillable glass bottles and impose limitations on the use of cans for a variety of reasons. Almost 80 percent of brewery products are sold in glass bottles, 12 percent in cans and eight percent in draught. By contrast, in the United States, cans account for 65 percent of the market. Cans cost less than glass containers; they can be handled at higher production speeds and are less fragile and costly to transport. The cost of using returnable-refillable glass containers is reduced because they are generally refilled about 12 times, but they impose practical limitations on the market area which can be served from one location.

Trade-related Factors

Tariffs on brewery products are not significant factors in overall trade. The Canadian tariff is C$0.15 per gallon plus an excise duty equivalent to the excise tax applied to domestically produced brewery products. Tariffs in the United States are US$0.06 per gallon plus an amount equivalent to the excise duty paid by U.S. brewers.

Under the Canada-U.S. Free Trade Agreement (FTA), tariffs on brewery products will be reduced to zero in equal increments over a ten-year period. In addition, tariffs on important inputs such as packaging materials will also be eliminated. Further, the FTA also provides that once Canadian and U.S. producer-support levels for certain grains, including barley, become equal, import permit requirements for these grains and their products will be eliminated. Trade in brewery products was exempt from all other provisions of the FTA, including national treatment. Given this exemption, changes to existing Canadian provincial government practices relating to listing, distribution or pricing of brewery products will not be required under the FTA. The United States did, however, maintain its GATT rights in this area.

After a formal complaint by the European Community (E.C.) regarding the pricing, distribution and retailing practices of the provincial liquor control agencies, a GATT Panel found these practices to be inconsistent with international trading rules. The panel report has been adopted and Canada has been asked to report back to GATT Council by the end of 1988 on the measures taken to comply. In a separate, but related initiative, a working group of the Intergovernmental Committee of Ministers on Internal Trade was established to take steps to reduce or remove barriers to interprovincial trade caused by liquor board marketing policies and practices.

Technological Factors

Research and development in the brewing industry is generally driven by the need for new-product development to respond to changing consumer tastes. Product innovations have included low-calorie beer, low-alcohol beers and beer coolers. These new-product introductions closely mirror changes taking place in the U.S. market.

The Canadian brewing industry is as technologically advanced as any in the world. Much research and development has been carried out in Canada, particularly in the important areas of microbiology and biotechnology. Developments to date have included yeast strains which can produce low-calorie beers, but retain the mouthfeel characteristics of regular beers and yeasts which are more alcohol-tolerant. Work is proceeding on developing yeasts which would synthesize other chemicals recovered from the spent yeast, and thus increase the value of the fermentation by-products.

Process technology is up to date and, to the extent new technology is required, it is readily available.

3. Evolving Environment

The future outlook for the brewing industry will be determined by the shifting importance of various demographic age groups, social attitudes towards the consumption of alcoholic beverages and pressures for the removal of barriers to trade.

For brewers, the most important market segment is the age group between 21 and 35. This segment is becoming smaller — a shrinkage which will continue to restrict growth prospects severely. A decline in consumption has already begun; annual per capita consumption of beer has fallen from a high of 87 litres in 1979 to 82 litres in recent years. Within the beverage industry as a whole there has been a gradual shift toward non-alcoholic beverages, while within the alcoholic beverage segment there has been a shift towards coolers, light beers and wines. These trends are expected to continue. Moreover, public concern about drinking and driving, together with increased penalties, are likely to moderate consumption of all alcoholic beverages, including beer.

Total Shipments and Employment

** Estimate.*

Product differentiation through promotion, advertising and packaging will continue to be one of the most important factors in maintaining or increasing market share in the domestic market. A greater internationalization is evolving in the brewing industry worldwide as major beer-producing countries are also experiencing flat or declining domestic markets. To counter this decline, these producers are seeking direct exports to other countries. They are entering into licensing agreements in other markets to promote specific brands and they are being receptive to licensing agreements in their own markets in order to maintain production volumes. As domestic exports declined marginally in 1987, indicating that export-volume growth may have peaked, domestic brewers are expected to follow this trend to licensing.

The elimination of tariffs on brewery products under the FTA is not expected to have a major impact. The elimination of tariffs on packaging materials, however, is expected to be beneficial in lowering some input costs. If and when producer support levels are equalized and import permits on barley and malt are removed, Canadian brewers could benefit from competitive malt prices.

International interest for improved access to Canadian markets will continue. With the adoption of the GATT Panel report, our trading partners are looking to Canada to implement changes to provincial listing, pricing and distribution practices relating to alcoholic beverages. The Canadian government has indicated that it is not prepared to implement changes to beer marketing practices in the foreseeable future. However, the Committee of Ministers on Internal Trade is currently working towards an agreement on the removal of the interprovincial trade barriers.

In a more-open trading environment, achieving greater economies of scale by rationalizing on a national basis, and gaining access to competitively priced malt inputs will be important factors in achieving international competitiveness. In the event of rationalization, more attention would be paid to transportation costs. This would likely favour the use of one-way containers which could be recycled.

Given the nature of potential adjustments to more liberalized trade in this area, an adequate transition period would be important.

4. Competitiveness Assessment

The Canadian industry operates in a highly regulated environment. The industry, as it is currently structured, would not be competitive in an open trading environment. The Canadian industry is characterized by large companies with excellent management and marketing skills and, given an appropriate transition period, could be expected to adjust to a more liberalized trading environment both nationally and internationally.

The FTA is expected to have only a limited impact on the brewing industry through the elimination of tariffs on brewery products and packaging inputs. In the longer term, however, lower malt prices are also a possibility.

International pressure for improved access to the Canadian market for brewery products will continue under GATT.

For further information concerning the subject matter contained in this profile, contact:

Service Industries and Consumer Goods
Branch
Industry, Science and Technology Canada
Attention: Brewing
235 Queen Street
Ottawa, Ontario
K1A 0H5

(613) 954-2934

PRINCIPAL STATISTICS

SIC(s) COVERED: 1131 (1980)

	1973	1982	1983	1984	1985	1986e
Establishments	42	40	38	39	41	53
Employment	10 507	12 938	12 804	13 318	13 656	13 982
Shipments ($ millions)	532	1 667	1 819	1 904	1 985	2 190
Shipments (million hl)	19.0	22.8	22.5	21.9	21.8	22.8
Gross domestic product (constant 1981 $ millions)	729.8	688.4	668.7	676.1	666.1	694.9
Investment ($ millions)	55.0	112.7	174.4	251.9	180.4	150.0
Profits after tax ($ millions)	42.1	80.8	100.9	150.5	N/A	N/A
(% of income)	6.5	5.1	5.6	7.7	N/A	N/A

TRADE STATISTICS

	1973	1982	1983	1984	1985	1986e
Exports ($ millions)	15	132	141	159	165	189
Domestic shipments ($ millions)	517	1 535	1 678	1 745	1 820	2 001
Imports ($ millions)	3	13	19	17	54	20
Canadian market ($ millions)	520	1 548	1 697	1 762	1 874	2 021
Exports as % of shipments	2.7	7.9	7.8	8.4	8.3	8.6
Imports as % of domestic market	0.6	0.8	1.1	1.0	2.9	1.0
Canadian market (million hl)	18.8	20.4	20.7	20.9	20.3	20.6

Source of imports (% of total value)		U.S.	E.C.	Asia	Others
	1982	32	61	2	5
	1983	47	46	2	5
	1984	47	43	2	8
	1985	75	22	1	2
	1986	45	44	3	7
	1987e	56	33	3	9

Destination of exports (% of total value)		U.S.	E.C.	Asia	Others
	1982	99.6	—less than 1% —		
	1983	99.7	"		
	1984	99.6	"		
	1985	99.3	"		
	1986	98.5	"		
	1987	99.1	"		

(continued)

REGIONAL DISTRIBUTION — Average over the last 3 years

	Atlantic	Quebec	Ontario	Prairies	B.C.
Establishments – % of total	17.8	7.6	28.8	30.5	15.1
Employment – % of total	5.0[e]	39.5	30.4	15.0[e]	10.1
Shipments – % of total	4.2[e]	28.1	41.1	17.0[e]	9.6

MAJOR FIRMS

Name	Ownership	Location of Major Plants
Labatt Brewing Company Ltd.	Canadian	All regions
Molson Breweries of Canada Ltd.	Canadian	All regions
Carling O'Keefe Breweries of Canada Ltd.	Australian	All regions

e Estimate.
N/A Data not available

Note: Statistics Canada data have been used, to the greatest extent possible, in the preparation of this profile.

PROFIL DE L'INDUSTRIE

Brasseries

Bureaux régionaux

Terre-Neuve

Parsons Building
90, avenue O'Leary
C.P. 8950
ST. JOHN'S (Terre-Neuve)
A1B 3R9
Tél. : (709) 772-4053

Île-du-Prince-Édouard

Confederation Court Mall
134, rue Kent
bureau 400
C.P. 1115
CHARLOTTETOWN
(Île-du-Prince-Édouard)
C1A 7M8
Tél. : (902) 566-7400

Nouvelle-Écosse

1496, rue Lower Water
C.P. 940, succ. M
HALIFAX
(Nouvelle- Écosse)
B3J 2V9
Tél. : (902) 426-2018

Nouveau-Brunswick

770, rue Main
C.P. 1210
MONCTON
(Nouveau-Brunswick)
E1C 8P9
Tél. : (506) 857-6400

Québec

Tour de la Bourse
800, place Victoria
bureau 3800
C.P. 247
MONTRÉAL (Québec)
H4Z 1E8
Tél. : (514) 283-8185

Ontario

Dominion Public Building
1, rue Front ouest
4e étage
TORONTO (Ontario)
M5J 1A4
Tél. : (416) 973-5000

Manitoba

330, avenue Portage
bureau 608
C.P. 981
WINNIPEG (Manitoba)
R3C 2V2
Tél. : (204) 983-4090

Saskatchewan

105, 21e Rue est
6e étage
SASKATOON (Saskatchewan)
S7K 0B3
Tél. : (306) 975-4400

Alberta

Cornerpoint Building
10179, 105e Rue
bureau 505
EDMONTON (Alberta)
T5J 3S3
Tél. : (403) 420-2944

Colombie-Britannique

Scotia Tower
9e étage, bureau 900
C.P. 11610
650, rue Georgia ouest
VANCOUVER
(Colombie-Britannique)
V6B 5H8
Tél. : (604) 666-0434

Yukon

108, rue Lambert
bureau 301
WHITEHORSE (Yukon)
Y1A 1Z2
Tél. : (403) 668-4655

Territoires du Nord-Ouest

Precambrian Building
Sac postal 6100
YELLOWKNIFE
(Territoires du Nord-Ouest)
X1A 1C0
Tél. : (403) 920-8568

Pour obtenir des exemplaires de ce profil, s'adresser au :

Centre des entreprises
Direction générale des communications
Industrie, Sciences et Technologie Canada
235, rue Queen
OTTAWA (Ontario)
K1A 0H5

Tél. : (613) 995-5771

PU 3033

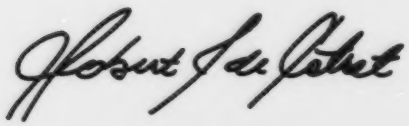
PROFIL
DE L'INDUSTRIE
BRASSERIES

1988

AVANT-PROPOS

Étant donné l'évolution actuelle des échanges commerciaux et leur dynamique, l'industrie canadienne, pour survivre et prospérer, se doit de soutenir la concurrence internationale. Le profil présenté dans ces pages fait partie d'une série de documents qui sont des évaluations sommaires de la compétitivité de certains secteurs industriels. Ces évaluations tiennent compte de facteurs clés, dont l'application des techniques de pointe, et des changements qui surviendront dans le cadre de l'Accord de libre-échange. Ces profils ont été préparés en consultation avec les secteurs industriels visés.

Cette série est publiée au moment même où des dispositions sont prises pour créer le ministère de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie, fusion du ministère de l'Expansion industrielle régionale et du ministère d'État chargé des Sciences et de la Technologie. Ces documents seront mis à jour régulièrement et feront partie des publications du nouveau ministère. Je souhaite que ces profils soient utiles à tous ceux que l'expansion industrielle du Canada intéresse et qu'ils servent de base aux discussions sur l'évolution, les perspectives et l'orientation stratégique de l'industrie.



Ministre

Canada

1. Structure et rendement

Structure

L'industrie de la fabrication de la bière regroupe les établissements surtout spécialisés dans la macération, l'ébullition et la fermentation du malt et du houblon pour en faire des boissons à base de malt. Cette industrie produit divers types de bière : lager, ale, porter et stout, en bouteilles, en cannettes et en fûts, qui sont vendus aux consommateurs et à l'industrie de l'hôtellerie. Les bières sont classées en 3 catégories, dont chacune a sa propre échelle de prix : les marques de prestige, souvent importées, les marques ordinaires et les marques à bas prix. La fidélité à une marque et l'image du produit sont les facteurs déterminants du succès commercial.

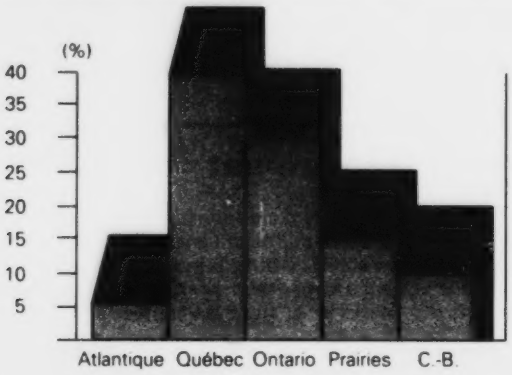
Le malt d'orge, qui compte pour plus de 20 p. 100 du prix de la production, est un des principaux éléments entrant dans la fabrication de la bière. C'est la Commission canadienne du blé qui fixe le prix du malt d'orge canadien en vertu du mandat qu'elle exerce sur la commercialisation du blé, de l'avoine et de l'orge canadiens. Le matériel d'emballage de la bière compte pour plus de 45 p. 100 du prix de la production. Les bouteilles destinées aux brasseries constituent de 15 à 20 p. 100 de tous les produits de verre fabriqués au Canada.

En 1986, les expéditions de l'industrie de la bière atteignaient près de 23 millions d'hectolitres, soit 2,19 milliards de dollars. Les brasseries fournissent environ 14 000 emplois directs au Canada. Les sociétés de distribution et les agences de vente au détail engagent, pour leur part, 6 250 personnes dont les emplois sont directement liés à la vente de la bière; ce dernier point n'est pas analysé dans ce profil.

Cette industrie canadienne dépend énormément des règlements et des pratiques en usage dans chaque province. Par exemple, les autorités provinciales exigent que les brasseries soient installées dans la province même pour pouvoir y vendre leurs produits à des prix concurrentiels. Le marché canadien est donc divisé en marchés provinciaux desservis par des brasseries installées dans chaque province, soit 53 établissements, dont une quarantaine appartenant aux grandes sociétés. La réglementation, qui varie d'une province à l'autre, touche également les prix : majoration, fixation de prix minimaux dans certaines juridictions et exigence de l'uniformité des prix dans l'ensemble d'une province. Elle s'applique également à la mise en bouteilles et en cannettes et favorise généralement la consigne des bouteilles. La publicité et la promotion sont aussi étroitement contrôlées.

Le commerce international de la bière n'est pas très actif, parce que les produits des brasseries sont des denrées à fort volume et à faible valeur, dont la durée de conservation est relativement courte. Les produits vendus sur le marché international sont généralement des marques destinées à un petit secteur du marché et des produits de qualité. Dans le commerce de la bière en Amérique du Nord, les frais de transport sont un facteur moins important que les coûts de production, les frais de commercialisation et l'accès aux marchés et ce, en raison de la proximité des marchés.

Industrie, Sciences et Technologie Canada
Industry, Science and Technology Canada



Emplois par région — moyenne des 3 dernières années : 13 652*.

** Estimations pour 1986.*

En 1986, l'industrie canadienne a vendu à l'étranger environ 9 p. 100 de sa production, soit 189 millions de dollars, dont la plus grande partie sur le marché américain des produits de qualité. Par comparaison, les importations directes de bières américaines au Canada ne comptent que pour 1 p. 100 de la consommation. La part du marché des marques américaines fabriquées sous permis au Canada est cependant estimée à 14 p. 100.

L'industrie canadienne est dominée par 3 grandes sociétés : la Brasserie Labatt Ltée, les Brasseries Molson du Canada Limitée et les Brasseries Carling O'Keefe du Canada Ltée, qui ensemble accaparent 97 p. 100 du marché intérieur. Labatt et Molson sont des entreprises de propriété canadienne, alors que Carling O'Keefe a récemment été achetée par Elders IXL Limited, une société australienne, la 6e brasserie en importance au monde. Le reste du marché est partagé entre des brasseries locales de moindre importance telles que Moosehead Breweries Limited, de propriété canadienne, et Amstel Breweries Ltée, filiale de Heineken aux Pays-Bas. Les microbrasseries servant un marché local jouent un rôle très secondaire sur le marché canadien. Deux des grandes brasseries possèdent en participation une entreprise canadienne de maltage. Il n'existe aucun lien d'intérêts entre l'industrie de la bière et les fournisseurs de produits d'emballage.

Rendement

Depuis le milieu des années 70, le marché canadien de la bière est resté relativement stable. Cette situation est attribuable à de nombreux facteurs tels que l'essor démographique, le changement de comportement face à la consommation d'alcool, la concurrence plus vive de la part d'autres boissons alcoolisées et non alcoolisées ainsi que les barèmes élevés des taxes d'accise et de vente.

Les taxes fédérales et provinciales constituent de 47 à 62 p. 100 du prix de détail des produits des brasseries. L'industrie soutient que le niveau des taxes et la fréquence de leur augmentation ont atteint un point tel que la résistance des consommateurs pourrait réduire plus que jamais les possibilités d'expansion.

Les bières importées ne comptent que pour 1 p. 100 du marché intérieur, sauf dans les années marquées par des arrêts de travail dans les grandes brasseries. Cependant, les brasseries canadiennes fabriquent plutôt certaines marques étrangères en vertu d'accords de permis avec les brasseurs d'origine. C'est ainsi que les principaux brasseurs américains ont signé des accords avec les fabricants canadiens pour la production et la commercialisation de marques américaines. Ces accords permettent d'offrir ces bières au marché canadien et de profiter de la publicité faite dans les médias américains qui rejoignent les consommateurs canadiens. Les brasseries canadiennes ont pu, grâce à ces accords, maintenir leur volume de production au Canada. Les bières américaines produites sous permis occupent maintenant environ 14 p. 100 du marché canadien. Ajoutons que certaines marques européennes sont également fabriquées au Canada en vertu d'accords semblables.

A l'échelle mondiale, les brasseries ont un excédent de capacité de production, en partie à cause de leurs installations conçues pour répondre à la demande saisonnière de pointe. Le taux d'utilisation de la capacité des brasseries canadiennes est de 85 p. 100, contre 75 p. 100 pour l'ensemble des brasseries américaines. L'augmentation du nombre d'établissements au Canada est surtout attribuable aux nombreuses microbrasseries qui se taillent une petite part du marché avec leurs bières spécialisées et leurs produits de luxe.

La consommation étant restée stable, la concurrence s'est intensifiée entre les brasseries qui se partagent le marché. Ces dernières accordent aujourd'hui une plus grande partie de leur budget d'exploitation à la publicité et à la promotion. Leurs plans de commercialisation visent à différencier leurs produits des autres marques. Ainsi, la bouteille brune trapue utilisée indistinctement par toutes les brasseries a cédé la place à des bouteilles de formes et de tailles variées et à capsule dévissable. La diversification de l'emballage se fait toutefois aux dépens des économies de transport et d'entreposage qui étaient réalisées grâce à l'utilisation de la bouteille standard.

Tandis que le Canada produit des marques de bière étrangères sous permis, les marques canadiennes sont également fabriquées selon les mêmes conditions sur des marchés éloignés, notamment en Europe de l'Ouest. Cette formule permet aux brasseries canadiennes d'étendre leur marché tout en maintenant le niveau de leurs recettes grâce aux droits de permis.

2. Forces et faiblesses

Facteurs structurels

Les économies d'échelle, le prix et la qualité des ingrédients, les frais de transport et l'image de marque sont en général les principaux facteurs influant sur la compétitivité internationale de cette industrie dans un marché libre. Toutefois, les efforts pour atteindre et conserver une compétitivité sur le plan international sont souvent anéantis lorsqu'il existe une trop grande réglementation. Dans le contexte canadien actuel, les politiques provinciales freinent la concurrence qui s'exerce surtout sur des facteurs autres que le prix. La libéralisation de la politique de fixation ou d'établissement des prix, comme en Colombie-Britannique et en Alberta, particulièrement pour des prix minimaux, souligne les désavantages frappant l'industrie canadienne par rapport aux importations à bas prix.

Les diverses politiques provinciales exigeant que les brasseurs aient des installations dans chacune des provinces empêchent ceux-ci d'ouvrir des usines d'envergure nationale leur permettant de réaliser des économies d'échelle. La capacité minimale nécessaire à la réduction des coûts dans la fabrication de la bière se situe actuellement entre 4 et 5 millions d'hectolitres par an. Les usines canadiennes produisent de 250 000 hectolitres à 2,8 millions d'hectolitres, ce qui est très inférieur au seuil de réduction. L'industrie canadienne de la bière utilise des techniques de production modernes et ne serait nullement désavantagée sur ce plan si elle avait la possibilité d'exploiter des usines de plus grande envergure.

Aux États-Unis, les experts estiment que pour soutenir le coût élevé de la promotion, tout brasseur qui veut commercialiser son produit dans l'ensemble du pays devra bientôt fabriquer un minimum de 26 millions d'hectolitres par année. Par comparaison, l'ensemble de l'industrie canadienne produit annuellement près de 23 millions d'hectolitres, dont la plus grande partie provient des 3 principales sociétés. Il est donc probable que les brasseurs canadiens auront du mal à livrer concurrence dans certains secteurs, dans l'hypothèse d'une intégration du marché nord-américain.

Outre les facteurs d'échelle, les brasseurs canadiens font face à des coûts de production plus élevés que ceux de leurs voisins américains. La politique canadienne d'établissement des prix des céréales, renforcée par le contrôle des importations, dicte le prix du malt d'orge, qui est beaucoup plus élevé au Canada qu'aux États-Unis. En 1986, par exemple, le prix moyen payé par les brasseurs canadiens pour le malt était de 60 p. 100 supérieur à celui des États-Unis. Au Canada, le malt de qualité inférieure et à bas prix est moins disponible qu'aux États-Unis. Les brasseurs canadiens ont donc moins d'options de réduire leurs prix de production en utilisant des ingrédients moins coûteux.

Les gouvernements provinciaux favorisent l'utilisation de bouteilles consignées en verre et imposent, pour diverses raisons, des restrictions sur les cannettes. Près de 80 p. 100 des produits sortant des brasseries sont donc vendus en bouteilles, 12 p. 100 en cannettes et 8 p. 100 en fûts; par contre, aux États-Unis, 65 p. 100 de la bière sont vendus en cannettes. Comme ces dernières sont moins coûteuses et moins fragiles que les bouteilles, elles permettent une production plus rapide et coûtent moins cher à transporter. Cependant, la réutilisation des bouteilles consignées représente certaines économies, car celles-ci sont généralement utilisées une douzaine de fois, mais l'usage des bouteilles limite les territoires pouvant être desservis à partir d'un même établissement.

Facteurs liés au commerce

Les tarifs frappant les produits des brasseries ne constituent pas un facteur important dans l'ensemble du marché. Le Canada impose des droits de douane de 0,15 ¢ CAN le gallon en plus d'un droit d'accise égal à la taxe d'accise sur les bières canadiennes. Les États-Unis imposent un tarif de 0,06 ¢ US le gallon, auquel s'ajoute une somme égale au droit d'accise payé par les brasseurs américains.

Aux termes de l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis, les tarifs sur les produits des brasseries seront éliminés complètement, par étapes égales, sur une période de 10 ans. Les tarifs sur les principaux éléments, tel le matériel d'emballage, seront également éliminés. De plus, aux termes de l'Accord, lorsque les mesures d'aide actuellement en vigueur dans les 2 pays pour certaines céréales, y compris l'orge, auront atteint la parité, aucun permis d'importation ne sera exigé pour ces céréales et leurs dérivés. Le commerce des produits des brasseries est exempté de toutes les autres dispositions de l'Accord, y compris le traitement national. Grâce à cette exemption, il ne sera pas nécessaire pour les gouvernements provinciaux de modifier les méthodes actuelles de classement, de distribution ou d'établissement des prix des produits des brasseries. Toutefois, dans ce domaine, les États-Unis conservent leurs droits aux termes du GATT.

A la suite d'une plainte officielle déposée par la CEE, au sujet des méthodes utilisées par les régies provinciales des alcools, plainte touchant à l'établissement des prix, la distribution et la vente au détail, un comité du GATT a conclu que ces pratiques contrevenaient aux règlements du commerce international. Le rapport du comité a été entériné et le Canada devra faire connaître, d'ici la fin de 1988, les mesures prises pour se conformer à ces directives.

Dans un contexte différent mais très étroitement relié, un groupe de travail intergouvernemental du Comité des ministres sur le commerce intérieur a été institué pour examiner comment supprimer les obstacles au commerce interprovincial résultant des politiques et des méthodes des régies de commercialisation des alcools.

Facteurs technologiques

Les travaux de R-D dans l'industrie de la bière portent surtout sur la mise au point de nouveaux produits afin de répondre à l'évolution des goûts des consommateurs. C'est ainsi qu'ont été lancés les bières à faible teneur en calories ou en alcool et les coolers à la bière. Ces innovations suivent de près celles introduites sur le marché américain.

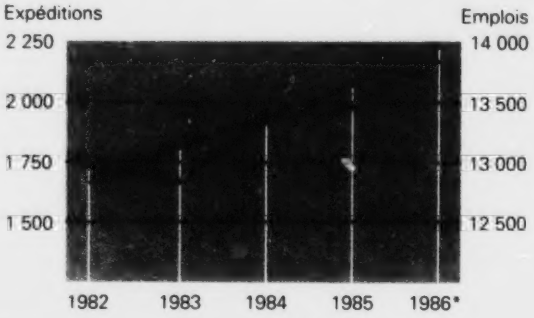
Les brasseries canadiennes utilisent elles aussi une technologie avancée. Leurs activités de R-D au Canada sont surtout menées dans les domaines de la microbiologie et de la biotechnologie, permettant de créer des variétés de levure aptes à produire des bières à faible teneur en calories tout en conservant le goût des bières ordinaires, ainsi que des levures tolérant mieux l'alcool. Les recherches actuelles s'emploient également à mettre au point des levures qui pourraient synthétiser les autres produits chimiques récupérés à même les levures déjà utilisées, augmentant ainsi la valeur des dérivés de la fermentation.

La technologie des procédés est à la fine pointe du progrès et cette industrie a facilement accès à toute nouvelle technique dont elle peut avoir besoin.

3. Évolution de l'environnement

L'évolution de l'industrie de la bière repose sur différents facteurs, tels que les importants changements démographiques des divers groupes d'âge, les comportements des consommateurs face aux boissons alcoolisées et les pressions favorisant la suppression des barrières commerciales.

Le groupe d'âge de 21 à 35 ans constitue le plus important marché cible des brasseries, mais comme ce groupe s'amenuise, les possibilités d'expansion du marché seront rares. Déjà, la consommation diminue : alors qu'elle était annuellement de 87 litres par habitant en 1979, elle se situe depuis quelques années à 82 litres. Au sein de l'ensemble de l'industrie des boissons, les boissons non alcoolisées prennent une part grandissante du marché, tandis que dans le secteur des boissons alcoolisées, la consommation de coolers, de bières légères et de vins augmente. Ces tendances sont appelées à se poursuivre. De plus, les préoccupations reliées à la conduite en état d'ébriété, de même que la plus grande sévérité des contraventions, pourraient réduire la consommation de boissons alcoolisées, y compris la bière.



Expéditions ——— (en millions de dollars)

Emplois – – – – –

* *Estimations.*

Pour conserver ou élargir leur part du marché intérieur, les brasseurs devront continuer entre autres à mettre l'accent sur l'aspect distinctif de leurs produits par la promotion, la publicité et l'emballage. Le marché continuera de s'internationaliser à mesure que les pays producteurs de bière s'emploieront à exporter leurs produits pour compenser la stabilisation ou la diminution de leur marché. A cette fin, ces brasseurs concluent des accords de permis pour promouvoir certaines de leurs marques et ils acceptent de faire connaître de la même façon des bières étrangères sur leur propre marché afin de maintenir leur volume de production. Étant donné que les exportations canadiennes ont quelque peu diminué en 1987, signe peut-être de la fin de la tendance à la hausse, les brasseurs canadiens suivront probablement le courant et concluront eux aussi des accords de permis.

L'élimination des droits de douane sur les produits des brasseries aux termes de l'Accord de libre-échange ne devrait pas avoir de répercussion importante sur l'industrie. Cependant, l'élimination des droits sur le matériel d'emballage pourrait lui être favorable en réduisant certains coûts de production. Si le Canada et les États-Unis s'entendent pour arriver à la parité de leurs subventions aux producteurs et à ne plus exiger de permis d'importation pour l'orge et le malt, les brasseurs canadiens profiteront des prix compétitifs du malt.

Cependant, l'intérêt international pour que le Canada facilite l'accès à ses marchés persistera. A la suite de l'adoption du rapport du comité du GATT, les partenaires commerciaux du Canada souhaitent des modifications aux pratiques des administrations provinciales pour le classement, l'établissement des prix et la distribution des boissons alcoolisées. Le gouvernement du Canada a laissé entendre qu'il n'avait pas l'intention de modifier prochainement les méthodes de commercialisation de la bière. Toutefois, le Comité des ministres sur le commerce intérieur tente actuellement de parvenir à une entente en vue de supprimer les barrières commerciales.

Dans un climat commercial plus ouvert, l'industrie canadienne de la bière pourrait dans ce contexte réaliser de plus vastes économies d'échelle en rationalisant ses activités sur le plan national, acheter son malt à meilleur prix et ainsi accéder à la compétitivité internationale. Si cette rationalisation se réalisait, l'industrie pourrait diminuer ses frais de transport. Dans ce cas, l'utilisation de cannettes recyclables serait une possibilité intéressante.

Compte tenu de la nature des modifications résultant de la libéralisation du commerce de la bière, il faudra prévoir une période de transition suffisante.

4. Évaluation de la compétitivité

L'industrie canadienne est actuellement soumise à de multiples réglementations. Son organisation actuelle ne lui permettrait pas d'être concurrentielle sur un marché ouvert. Toutefois, elle se compose d'entreprises de grande envergure, dotées d'excellentes équipes de direction et de commercialisation et, moyennant une période de transition suffisante, elle pourrait s'adapter à un milieu commercial plus concurrentiel à l'échelle nationale et internationale.

L'Accord de libre-échange ne devrait avoir qu'un effet limité sur l'industrie de la bière, à la suite de l'élimination des tarifs sur les produits des brasseries et le matériel d'emballage de la bière. A plus long terme, cette industrie pourrait également profiter d'une baisse des prix du malt.

Dans le cadre du GATT, les pressions se poursuivront pour que le Canada facilite l'accès à son marché des produits des brasseries.

Pour de plus amples renseignements sur ce dossier, s'adresser à :

Industries des services
et des biens de consommation
Industrie, Sciences et Technologie Canada
Objet : Brasseries
235, rue Queen
Ottawa (Ontario)
K1A 0H5

Tél. : (613) 954-2934

PRINCIPALES STATISTIQUES — CTI 1131 (1980)

	1973	1982	1983	1984	1985	1986[e]
Établissements	42	40	38	39	41	53
Emplois	10 507	12 938	12 804	13 318	13 656	13 982
Expéditions*	532	1 667	1 819	1 904	1 985	2 190
Expéditions**	19,0	22,8	22,5	21,9	21,8	22,8
Produit intérieur brut***	729,8	688,4	668,7	676,1	666,1	694,9
Investissements*	55,0	112,7	174,4	251,9	180,4	150,0
Bénéfices après impôts*	42,1	80,8	100,9	150,5	n.d.	n.d.
(en % du revenu)	6,5	5,1	5,6	7,7	n.d.	n.d.

STATISTIQUES COMMERCIALES

	1973	1982	1983	1984	1985	1986[e]
Exportations*	15	132	141	159	165	189
Expéditions intérieures*	517	1 535	1 678	1 745	1 820	2 001
Importations*	3	13	19	17	54	20
Marché intérieur*	520	1 548	1 697	1 762	1 874	2 021
Exportations (en % des expéditions)	2,7	7,9	7,8	8,4	8,3	8,6
Importations (en % du marché intérieur)	0,6	0,8	1,1	1,0	2,9	1,0
Marché intérieur**	18,8	20,4	20,7	20,9	20,3	20,6

Source des importations (en %)	É.-U.	CEE	Asie	Autres
1982	32	61	2	5
1983	47	46	2	5
1984	47	43	2	8
1985	75	22	1	2
1986	45	44	3	7
1987[e]	56	33	3	9

Destination des exportations (en %)	É.-U.	CEE	Asie	Autres
1982	99,6	— moins de 1% —		
1983	99,7	"		
1984	99,6	"		
1985	99,3	"		
1986	98,5	"		
1987	99,1	"		

RÉPARTITION RÉGIONALE — Moyenne des 3 dernières années

	Atlantique	Québec	Ontario	Prairies	C.-B.
Établissements (en %)	17,8	7,6	28,8	30,5	15,1
Emplois (en %)	5,0[e]	39,5	30,4	15,0[e]	10,1
Expéditions (en %)	4,2[e]	28,1	41,1	17,0[e]	9,6

PRINCIPALES SOCIÉTÉS

Nom	Propriété	Emplacement
Brasserie Labatt Ltée	canadienne	Partout au Canada
Brasseries Molson du Canada Limitée	canadienne	Partout au Canada
Brasseries Carling O'Keefe du Canada Ltée	australienne	Partout au Canada

e Estimations.
* Les montants indiqués sont exprimés en millions de dollars.
** Les quantités indiquées sont exprimées en millions d'hectolitres.
*** Les montants indiqués sont exprimés en millions de dollars constants de 1981.

Sauf indication contraire, les données utilisées pour la préparation de ce profil proviennent dans la mesure du possible de Statistique Canada.